

Determinación del producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso parroquias rurales de Santa Rosa, El Oro, Ecuador

Determination of the tourism product based on ecotourism through potentiality: case rural parishes of Santa Rosa, El Oro, Ecuador¹

Luis Miguel Sánchez Cuenca²
lsanchez3@utmachala.edu.ec

David Andrés Martínez Romero³
dmartinez2@utmachala.edu.ec

Daniela Cristina Parra Loayza⁴
dparra@utmachala.edu.ec

Universidad Técnica de Machala- Ecuador

¹ Manuscrito recibido el 30 de octubre del 2019, y aceptado tras revisión editorial y de pares doble ciego el 26 de marzo del 2020. Turismo, desarrollo y buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística -RICIT. Nro. 14. Publicación Anual. (diciembre -2020) ISSN: 1390-6305 ISSN-e: 2588-0861.

² Licenciado de la carrera de Administración de Hotelería y Turismo. Universidad Técnica de Machala- Ecuador

³ Licenciado de la carrera de Administración de Hotelería y Turismo. Universidad Técnica de Machala- Ecuador

⁴ Magister. Docente de la carrera de Administración de Hotelería y Turismo. Universidad Técnica de Machala- Ecuador

Resumen

El desarrollo de productos turísticos permite que exista un desarrollo económico dentro de los cantones de las provincias del Ecuador. Para poder generar estos productos es necesario investigar sobre el potencial que tienen los recursos naturales o culturales; y de qué forma se los pueden aprovechar. El presente artículo se enfoca en las parroquias rurales del cantón Santa Rosa y en su desarrollo turístico. Mediante una visita in situ se pretende evaluar cada uno de los criterios encontrados en la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador dada por el Ministerio de Turismo, con el fin de identificar el o los productos turísticos idóneos según la potencialidad de cada uno de los atractivos. Este análisis fue aplicado a los recursos; y se realizó una valoración para cada uno de los criterios, que al obtener un porcentaje mayor o igual a setenta por ciento, se convierte en una fortaleza para este recurso.

Palabras Clave: Producto Turístico, Potencialidad Turística, Criterios de Evaluación, Desarrollo Turístico, Cantón San Rosa

Abstract

The development of tourism products currently allows for great economic development within the cantons of the provinces of Ecuador, to generate these products it is necessary to conduct research on the potential of natural or cultural resources; and how they can be taken advantage of the best way. For this reason, this article focuses on the rural parishes of the Santa Rosa canton and its tourism development. Through an on-site visit, it is intended to evaluate each of the criteria found in the Methodological Guide for the hierarchy of attractions and generation of tourist spaces in Ecuador given by the Ministry of Tourism, in order to identify the suitable tourist product or products according to the potential of each of the attractions. This analysis was performed on resources; Making an assessment for each of the criteria, which when obtaining a percentage greater than or equal to seventy percent, becomes a strength for this resource. Obtaining as a result a greater number of criteria as weaknesses, so the improvement of these aspects is necessary; if you intend to take advantage of these resources for the tourist development of these areas.

Keywords: Tourism Product Tourism Potential, Evaluation Criteria, Tourism Development

Introducción

El turismo evoluciona hacia viajes más cortos en relación al tiempo y con una mayor frecuencia (Ferrari, Montero, Mondéjar, & Vargas, 2013), situación que refiere a las tendencias contemporáneas, , como son las diversificaciones de productos turísticos en el mercado, el dominio de la tecnología en el comportamiento del consumidor en búsqueda de información y reservas, y el mayor conocimiento de los aspectos económicos y sociales, entre otros (Altimiria & Muñoz, 2007). Esto implica que los viajeros, además de visitar los clásicos destinos de sol y playa, opten por descubrir nuevos lugares. Esto propicia que la oferta turística, impulsada en ocasiones por las diferentes administraciones públicas, cree nuevos productos turísticos para dar respuesta a los actuales gustos del consumidor (Lopez & Sanchez, 2008).

Como Boullon (2006) describe, el producto turístico es el conjunto de los bienes y servicios que forman parte de la oferta turística; dando a entender que son los elementos que se encuentran a disposición de los turistas, por un precio y periodo determinado. Éstos forman parte de toda una actividad turística, que tiene como fin el mejorar el estilo de vida de las personas, ya que la actividad turística tiene potencial para desarrollar el crecimiento económico, social y ambiental; lo cual a su vez se entiende como oportunidades de empleo, y el mejoramiento de las comunidades receptoras (Morillo Moreno , 2011).

Tal como lo explica María de Lourdes Jarrín (2014), con el paso de los años las regiones, provincias, cantones y parroquias del Ecuador han crecido de manera acelerada, muchas de ellas lo han hecho de una forma inadecuada y desordenada. El crecimiento acelerado de las parroquias urbanas del cantón Santa Rosa, ha provocado que las parroquias rurales queden en segundo plano, lo que produce una pérdida de oportunidades de desarrollo de recursos en estas parroquias. De esta forma se dificulta el avance de un turismo que genere actividades económicas diferentes a la agricultura, ganadería y pesca, las cuales provoquen un mejoramiento del estilo de vida de las personas de estos sitios. Con el desarrollo de negocios relacionados al turismo en conjunto con la comunidad, se puede lograr un apoyo a proyectos que estén desarrollando, y la contratación solo de personal del territorio, entrenamiento y capacitaciones a los mismos, entre otros. (Lalangui, Espinoza, & Pérez , 2016)

La aportación del trabajo de Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, & Roldán Ruenes, (2016) explica que el turismo rural promueve el desarrollo integral para las comunidades y mitiga la pobreza, las desigualdades, evita la migración de los pobladores, fomenta la distribución justa de los ingresos y contribuye a la conservación del medio ambiente. Dentro de este contexto, el campo de estudio está comprendido por las parroquias rurales del cantón Santa Rosa, ubicado en la provincia de El Oro, y cuenta con, cultura, historia, gastronomía y paisajes cautivadores para los visitantes. (UTMACH, 2013). Los principales datos del cantón se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Datos generales del cantón Santa Rosa

Nombre del cantón	Santa Rosa	
Fecha de creación	15 de octubre de 1859	
Población total al 2014	76.148 habitantes	
Extensión	825,04 Km2	
Límites	Norte: Con el océano Pacífico y los cantones Machala y Pasaje. Sur: Con los cantones Arenillas y Piñas Este: Con el cantón Atahualpa Oeste: Con el cantón Arenillas y el océano Pacífico	
Rango altitudinal	Altura promedio (13msnm)	
Parroquias	Urbanas	Santa Rosa Jumón Puerto Jelí
	Rurales	Bellavista La Avanzada La Victoria San Antonio Torata Bellamaría Jambelí

Fuente: (GAD Santa Rosa, 2014)

Las parroquias rurales del cantón, pilar de esta investigación, cuentan con un gran potencial de recursos naturales, que se pueden desarrollar de manera sostenible, y que pueden ofrecer a los turistas una experiencia placentera.

El objetivo de esta investigación es identificar productos turísticos según la potencialidad de cada uno de los atractivos ubicados en las parroquias rurales del cantón Santa Rosa, por medio de los criterios de evaluación del MINTUR; además de crear una modalidad, productos y actividades en función a lo que más conviene para su desarrollo turístico.

Marco teórico

La actividad turística contemporánea representa un papel socio-económico destacado a nivel internacional, es de las primeras partidas a considerar del comercio en muchos países desarrollados o en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico, permite posicionar a la actividad turística como un sector clave para alcanzar el desarrollo local o territorial, lo que posibilita el mejoramiento de las condiciones de vida de su población residente (Benseny, 2009).

Se entiende por desarrollo local al conjunto de resultantes que se manifiestan en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes de una localidad, proceso que genera crecimientos sustentables y capaces de crear sinergias locales de mejoramiento. El desarrollo local se fundamenta en una participación social, que es capaz de construir mejoras tendenciales en la competitividad local, un basamento firme y articulado a la planificación de la comunidad. (Solari & Pérez, 2005)

Por lo general, esta situación está ligada a cualquier territorio con potencial a desarrollarse turísticamente, sin embargo, esta investigación está centrada en las zonas rurales, en las cuales se busca implementar un turismo rural o comunitario. El turismo rural puede ser cualquier actividad turística que se desarrolle en este medio, y que sea compatible con una gestión sostenible y con un uso óptimo de los recursos, y la integración de la población local, preservación y mejora del entorno. (Martinez, 2000).

Por otro lado, el turismo comunitario se caracteriza por la participación de la comunidad en todas las fases del proceso turístico, así como por el reparto equitativo de beneficios generados por la actividad, buscando el respeto a la identidad y cultura local. (Fundación "la Caixa", 2016) Dentro de este marco referencial sustentable centrado en el turismo, está también involucrado un modelo de desarrollo turístico denominado Extensivo Puntual, el mismo busca una gestión equilibrada en el aprovechamiento y protección de los recursos naturales y culturales. (Bosch, Pujol, Serra, & Vallespinós, 1998), factores esenciales en el turismo sustentable, con el fin de mejorar su competitividad dentro del mercado de atractivos del territorio. Existen muchos modelos de competitividad turística que buscan un desarrollo óptimo de atractivos, pero el que más se acopla a la sustentabilidad en sectores rurales, es el modelo de competitividad de Calgary, de los autores Geoffrey Crouch y Brent Ritchie, quienes explican que el éxito competitivo de los destinos turísticos, está radicado allí donde la actividad brinda gratas experiencias a los visitantes y contribuye a aumentar el bienestar de la población local. (Crouch & Ritchie, 1999)

Para alcanzar este grado de competitividad turística sustentable en el territorio, se plantea un proceso previo de planificación, y uno de los pilares iniciales es el diagnóstico de fortalezas y debilidades de los atractivos. La identificación de potencialidades turísticas consiste en un registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas puedan constituir un recurso para el turista (Genis, 2010). El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de visitantes y la satisfacción de sus necesidades, se establece la necesidad de dotar a los atractivos de instalaciones e infraestructuras necesarias para la realización de actividades turísticas, por tal motivo, y antes de iniciar cualquier actividad económica relacionada con el turismo, es imperativo determinar su situación actual, a través de índices y factores claves para el desarrollo turístico (Bastidas, Lazo Serrano, & Calle, 2017)

Las modalidades varían dependiendo del territorio, y en este estudio se optó por la utilización de la "Guía Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador" (MINTUR, 2017), una metodología que permite clasificar y valorar los atractivos turísticos con las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir los espacios turísticos se consideran criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios. (MINTUR, 2017)

Definición de términos

Producto turístico

Según Cardenas (2004), el producto turístico es todo lo que contribuye a satisfacer al turista, el cual está conformado, en un nivel básico, por las facilidades (alojamientos, proveedores de restauración, de entretenimiento, agencia de viajes y otros) y accesibilidad (proveedores de transporte aéreo, marítimo, terrestre, fluvial y otros). El nivel más elevado o la experiencia completa se logra gracias a los atractivos (naturales, artificiales y de recurso humano).

Para Middleton & Medlik (2004), el producto turístico, desde el punto de vista del cliente, son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes); donde luego se actualiza este concepto y se le agrega los atractivos y los recursos humanos. Es decir, es el conjunto prolijo de todos estos elementos, en el cual todos los actores relacionados a la industria del turismo intentan comercializar con los clientes, en este caso, los turistas, con el fin de que los visiten, y se lleven una grata experiencia (Manhas, Manrai, & Manrai, 2016).

Potencialidad turística

Mediante su investigación, Rodríguez Torres, Vargas Martinez, Andrade Vallejo, & Bedolla Beserril (2016), establecen que el potencial turístico de una región o localidad está definido y determinado por la capacidad que tienen sus recursos turísticos para reconvertirse y estructurarse en productos turísticos, satisfaciendo los gustos y preferencias de los visitantes. Al igual que el potencial turístico de un territorio; está estrechamente vinculado a la posibilidad de construcción de un producto turístico que se inserte como parte fundamental de su oferta económica.

Por otro lado, Maass, Nava, Osorio, & Regil (2009), consideran que el potencial turístico de un territorio está en función de la puesta en valor que la comunidad les da a sus recursos, así como de la correcta estructuración de estos recursos para ser productos turísticos. La valoración de estos recursos requiere de una etapa previa, que consiste en la creación de un inventario en el que refleje la información más relevante.

Desarrollo turístico

En el libro Desarrollo sostenible y sustentabilidad social (Orozco Alvarado, Núñez Martínez, & Virgen Aguilar, 2008), expresan que el Desarrollo sostenible tiene que fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad. Es decir, debe de ser viable tanto biológica como económicamente, y manejar criterios de equidad para las comunidades desde una visión ética y social. De igual forma tiene que contribuir al desarrollo sostenible integrándose en el entorno natural, cultural y humano, respetando los frágiles equilibrios que caracterizan a varios destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientales sensibles.

Metodología

La realización de este estudio se llevó a cabo mediante una metodología descriptiva, con un enfoque de observación directa, se hizo una visita in situ a cada uno de los sitios; donde se identificó la potencialidad de los atractivos.

Al igual que para la recolección y generación de datos e información, se empleó la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (MINTUR, 2017), usada en una planificación a gran escala, que permite conocer cada una de las fortalezas y debilidades de cada uno de los atractivos y de la comunidad, con el fin de desarrollar el sector turístico a nivel nacional. Esta consta de 2 etapas:

Etapa I: Enfocada a la realización del inventario y jerarquización de atractivos turísticos

Etapa II: Generación de espacios turísticos e identificación de atractivos con potencial, su análisis y tipificación (MINTUR, 2017)

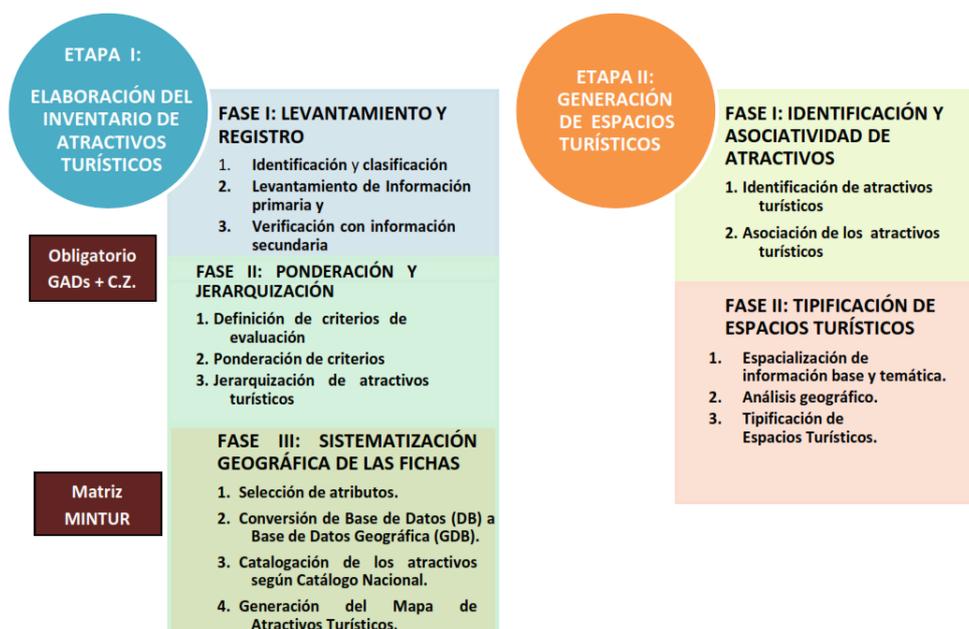


Figura 1. Etapas de guía metodológica. Fuente: Manual de atractivos turísticos (MINTUR, 2018)

Durante este estudio se llevó a cabo la Etapa I, con sus fases de levantamiento y ponderación, las cuales permiten la evaluación y análisis intrínseco de la realidad del campo de estudio, el cual está conformado por los atractivos turísticos ubicados en las parroquias rurales del cantón Santa Rosa.

Como instrumento metodológico para la recolección de datos se empleó la Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (MINTUR, 2017), que permite ubicar las características significativas de los destinos seleccionados. Además, los parámetros inmersos en la ficha están enfocados en los nueve criterios de evaluación, que permiten identificar objetivamente la realidad del territorio, por medio de entrevistas a la

comunidad receptora, organismos de regulación como el departamento de turismo dentro del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado), y, por último, corroborar esta información con fuentes secundarias, como el PDOT del territorio (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial).

Los nueve criterios de evaluación se apoyan en los índices de competitividad turística del Foro Económico Mundial, como también en la metodología de la OEA.

Tabla 2. Criterios de evaluación

Criterios relacionados con el índice de competitividad turística (Estado o gobiernos seccionales)	Valor de ponderación	Criterios relacionados con la demanda (MINTUR)	Valor de ponderación
Accesibilidad y conectividad	18	Difusión del atractivo	7
Planta turística / servicios	18	Tipo de visitante	5
Estado de conservación	14	Recursos Humanos	5
Higiene y seguridad turística	14	Suma total valores de criterios	100
Políticas y regulaciones	10		
Actividades que se practican en el atractivo	9		

Fuente: Guía Metodológica para la jerarquización y generación de espacios turísticos (MINTUR, 2017)

Resultados

Los datos que se utilizaron para poder identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los recursos fueron recolectados mediante la aplicación de la metodología explicada anteriormente, y son el reflejo de los criterios que se tomaron en cuenta para poder realizar esta evaluación. La ficha genera automáticamente los valores de los criterios de evaluación en función de las características del territorio.

Tal como se muestra en la primera tabla, luego de la recolección de la información se procedió a determinar el porcentaje de ponderación de cada uno de los criterios, el cual es un cálculo adicional, para facilitar la elaboración e interpretación del gráfico estadístico según el número de recursos encontrados en el cantón, dicho valor es mostrado en la tabla 3, y es el resultado de la siguiente ecuación:

$$\% \text{ de Ponderación} = \frac{\text{Resultado de valores de ponderación del atractivo}}{\text{Ponderación estándar (MINTUR)}} \times 100$$

Tabla 3. Resultados de la Evaluación Técnica

Criterios de valoración	Ponderación estándar MINTUR Ecuador	Balneario El Remolino		Balneario Limón Playa		Balneario El Vado		Finca La Aurelia		Cascada La Chorrera		Playita de Don Luis		Laguna La Tembladera		Laguna Las Damas		Balneario Barranco Blanco		Mirador El Guayabo		Promedio de porcentaje de Ponderación (PPP)
		Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	Result	% Pond	
Accesibilidad y Conectividad	18	9,5	52,78	6	33,33	3	16,67	11	61,11	10	55,56	10	55,56	11	61,11	10	55,56	8,5	47,22	7,5	41,67	48,06
Planta turística / servicios	18	3,6	20,00	7,2	40,00	5,1	28,33	5,1	28,33	0,6	3,33	2,1	11,67	5,1	28,33	3	16,67	1,5	8,33	5,7	31,67	21,67
Estado de conservación	14	10	71,43	10	71,43	10	71,43	10	71,43	12	85,71	10	71,43	10	71,43	10	71,43	13	92,86	10	71,43	75,00
Higiene y seguridad turística	14	7	50,00	6,2	44,29	8,2	58,57	9,1	65,00	2,5	17,86	6,1	43,57	11,2	80,0	7	50	4	28,57	7,7	55	49,29
Políticas y regulaciones	10	0	0,00	0	0,00	0	0	0	0,00	3	30	3	30,00	0	0,0	0	0	0	0	0	0	6,00
Actividades que se practican en el atractivo	9	6	66,67	6	66,67	6	66,67	3	33,33	3	33,33	3	33,33	9	100,0	6	66,67	3	33,33	3	33,33	53,33
Difusión del atractivo	7	0	0,00	0	0,00	0	0	0	0,00	2	28,57	2	28,57	0	0,0	0	0	2	28,57	0	0	8,57
Tipo de visitante y afluencia	5	0	0,00	0	0,00	0	0	2	40,00	2	40	2	40,00	0	0,0	0	0	0	0	0	0	12,00
Recursos humanos	5	0	0,00	0	0,00	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00	2	40,0	0	0	0	0	0	0	4,00
TOTAL	100	36,10	28,99	35,40	28,41	32,30	26,85	40,20	33,25	35,10	32,71	38,20	34,90	48,30	42,32	36,00	28,92	32,00	26,54	33,90	25,90	30,88

Fuente: Elaboración propia basado en el trabajo de campo

Los valores cuantitativos obtenidos de la evaluación técnica in situ, en función de los criterios de evaluación, están reflejados en el siguiente gráfico estadístico. Se dio un análisis general, y se utilizaron los valores promediados de cada porcentaje de ponderación (PPP) por criterio en la *Tabla 3* de todos los atractivos, se manejó como eje principal la identificación de las principales fortalezas o debilidades predominantes dentro del territorio.

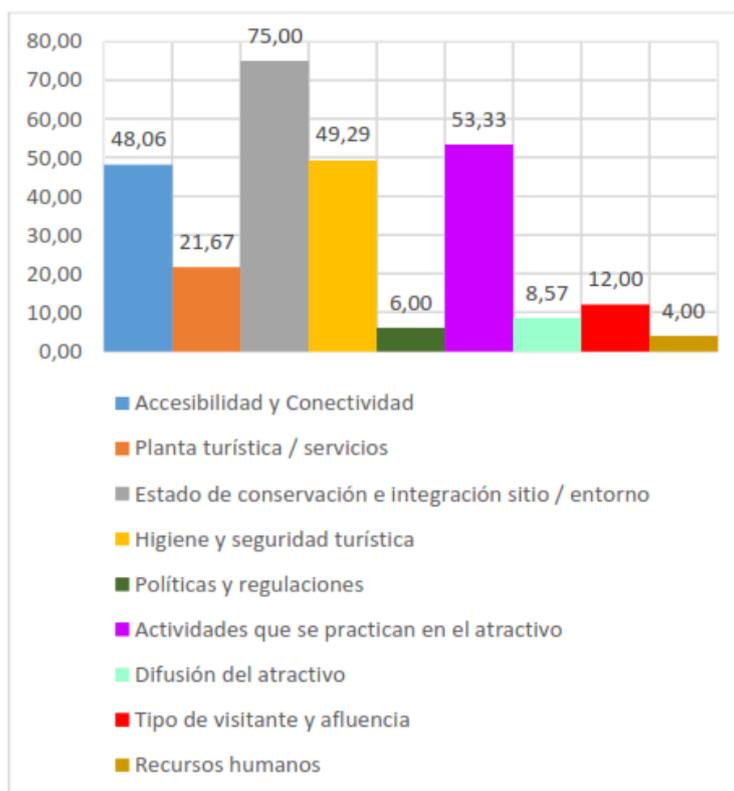


Figura 2. Potencial Turístico General por Criterios de Evaluación Fuente: Tabla 1. Resultados de la evaluación Técnica. Promedio

En el presente análisis de la potencialidad turística se usó la metodología de evaluación de criterios del MINTUR, se consideró un valor predeterminado de un 70% para determinar si un criterio de evaluación representa una fortaleza; y a los porcentajes menores al 70%; como barreras o debilidades.

El “Estado de conservación e integración del sitio”, es la principal fortaleza que se asocia a los resultados del campo de estudio, representado con un 75%; siendo un potencial que poseen los atractivos turísticos de carácter natural del territorio perteneciente a las parroquias rurales estudiadas, sin embargo, este es el único ámbito donde destaca el potencial turístico del cantón, debido a que presenta un mayor número de debilidades o barreras que impiden el desarrollo turístico sostenible del territorio.

El principal ámbito o fortaleza determinado por medio del estudio de campo, se sustenta en el estado de conservación de los atractivos, los mismos que son de índole natural. Su conservación implica el correcto uso y cuidado de las autoridades, en conjunto con las comunidades locales para reducir los impactos ambientales (Buckley, 2010). Además, este ámbito está influenciado por la escasa intervención de la mano del hombre en el levantamiento de infraestructura; lo que refleja un punto adicional favorable a su conservación.

A pesar de este aspecto potencial, es notable el mayor número de debilidades comprendidas en el resto de los criterios de evaluación, cuyo porcentaje no es favorable para ser considerado como una fortaleza en el territorio, empezando por el criterio denominado Accesibilidad y conectividad.

La accesibilidad como criterio de evaluación es un elemento relevante para el desarrollo turístico, pero es una de las debilidades que presenta el territorio, representado con un 48,06%, refleja la falta de interés en el mejoramiento de las vías de acceso a las diferentes parroquias rurales y a sus atractivos. Su actualización y mantenimiento mejora la imagen de los destinos turísticos. (Więckowski, y otros, 2014), sin embargo, esto no es visible al momento de visitar las parroquias, debido a que el ámbito turístico no está desarrollado en las mismas, y las autoridades no mejoran la infraestructura de transporte. Por otro lado, esta escasa accesibilidad hace que los turistas escapen a regiones con mejores vías de acceso, desarrollo, organización y servicios de mejor calidad. (Sorupia, 2005)

El atractivo de un destino turístico a menudo se refiere a las opiniones de los visitantes sobre la capacidad percibida del destino para complacer sus necesidades, las que pueden ser satisfechas por medio de la planta turística (Vengesai, Mavondo, & Reisinger, 2009), y que está conformada por los diferentes servicios en función al sector turístico, siendo éste el segundo criterio de evaluación estudiado. La situación actual es una debilidad presente en el territorio estudiado, pues existe una escasa prestación de servicios o planta turística en los atractivos, ya que, en los destinos de carácter natural con muy buen nivel de conservación, no está desarrollado el turismo, y las comunas aledañas no han considerado su implementación como una fuente de ingresos.

El turismo es una industria intensiva en mano de obra que frecuentemente involucra la interacción entre las personas (Wright, Dunford, & Snell, 2001), principalmente en el intercambio de ideas entre la comunidad receptora y los visitantes, teniendo en cuenta la heterogeneidad de los turistas, quienes se percatan de la realidad del destino. La disposición de los servicios básicos con las que cuentan, ámbito que está inmerso dentro del criterio de Higiene y seguridad turística, refleja una debilidad, como consecuencia a la escasa o incorrecta implementación de este aspecto clave dentro del campo de estudio. El criterio Higiene y seguridad turística no solo está comprendido en los servicios básicos dentro de las parroquias. Este criterio tiene un segundo ámbito inmerso, la seguridad dentro de los atractivos que es relativamente escasa; situación a considerar; porque la

percepción de seguridad es un determinante importante en las decisiones de los viajeros al momento de visitar un lugar, así como todos los peligros e inseguridades que puede tener un sitio. Sin el control adecuado, conducen a una disminución significativa de la demanda turística (Wang & Pizam, 2011)

El turismo crea una amplia variedad de interacciones y relaciones derivadas entre los principales actores involucrados dentro del sector, entre éstos; se encuentran los entes públicos reguladores de la actividad turística, cuyas actividades pueden definirse como un conjunto de decisiones y prácticas tomadas por los gobiernos, que involucran a actores privados o sociales, con la intención de lograr diversos objetivos relacionados con el turismo, factor inmerso dentro del criterio de valoración de Políticas y regulaciones (Farazmand, 2016).

Esta situación se ve reflejada principalmente por las ordenanzas de carácter público de los entes reguladores. Es una de las desventajas más significativas dentro del campo de estudio. Esto se debe a la inexistencia de planes de desarrollo turístico en el territorio, instrumento que permite la planificación pertinente acorde a la realidad de cada atractivo, para desarrollarlo en base a los ejes de la sostenibilidad. La relación equilibrada sobre gobernanza y turismo sostenible podría ser la base para una colaboración exitosa (Nunkoo, 2017). Si bien estos factores de poder no han sido muy considerados en territorios cuyo desarrollo turístico es mínimo, se sabe que la correcta planificación inmersa en los procesos de gobernanza y las políticas de turismo, generan grandes resultados dentro de este ámbito.

Los destinos dependen de sus principales productos turísticos como factores clave de atracción que motivan a los turistas a visitarlos. La atracción para los turistas normalmente depende de las características o atributos físicos, ambientales y socioculturales del destino, los cuales permiten la implementación y desarrollo de actividades turísticas acorde al entorno que poseen (Benur & Bramwell, 2015), lo que constituye el siguiente criterio de valoración denominado Actividades que se practican en el atractivo, que incluyen todas las acciones que generan el desplazamiento de los visitantes; por el deseo de realizarlas (Ngwira & Kankhuni, 2018)

A pesar de ser un ámbito con un potencial latente, debido a la buena conservación que tienen los atractivos naturales, sigue siendo una debilidad presente, por la escasa prestación de servicios turísticos en los sectores rurales, situación reflejada en la insuficiente motivación o consideración para la implementación, mejoramiento o promoción de la actividad turística por parte de la comunidad receptora o las autoridades del territorio.

Con respecto a la última categoría mencionada como la promoción, también representa un criterio de valoración declarado como Difusión del atractivo, que implica utilizar las herramientas y técnicas adecuadas para transmitir las experiencias que pueden obtener

los visitantes en el atractivo (Soteriades, 2012). Del mismo modo; es una debilidad que se presenta por el escaso desarrollo de la actividad turística.

Dentro de este mismo punto están inmersos los últimos criterios de evaluación reflejados como debilidades dentro del territorio, comprendidos por El tipo de visitante y afluencia, ámbito que está empobrecido por la inexistencia de registro de visitantes, el cual impide la generación de datos cuantitativos para elaborar un registro de estadísticas, patrones, y objetivos relacionados (Gardini, 2008), en función del ámbito turístico. Y el criterio de Recursos humanos, que es el personal capacitado a través de un proceso de desarrollo profesional para la calidad del servicio. (Baum, 2007), siendo este un aspecto a mejorar por la escasa presencia de talento humano capacitado en la rama turística, para una correcta gestión y planificación de los atractivos.

Tabla 4. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos con escasa intervención de la mano del hombre • Presencia de atractivos para desarrollar un turismo de naturaleza • Biodiversidad de flora y belleza paisajística • Servicios básicos en todas sus parroquias • Hospitalidad de los pobladores del sector • Riqueza histórica y natural 	<ul style="list-style-type: none"> • Destino con potencial turístico • Implementación de proyectos basados en ecoturismo • Implementación de un turismo sustentable y comunitario • Mejoramiento de la planta turística • Promoción por parte de las instancias gubernamentales y empresas turísticas • Posicionamiento en el mercado turístico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Vías de segundo y tercer orden • Escasa presencia de prestadores de servicios turísticos • Escases de señaléticas turísticas • Inexistencia de un plan de desarrollo turístico territorial • Escasez de publicidad turística por parte de las instancias gubernamentales y de empresas turísticas • Inexistencia de un registro de visitantes y escasa demanda turística • Escases de personal especializado en turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Decreciente posicionamiento en el mercado turístico • Desinterés de los turistas por visitar los atractivos del cantón • Falta de conocimiento real sobre las necesidades de la demanda para generar acciones específicas. • Contaminación y desgaste del medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia basado en el trabajo de campo

Conclusiones

Uno de los pasos fundamentales para poder identificar el potencial turístico de una zona o un recurso, es el levantamiento de información, para luego elaborar productos turísticos que vayan acorde a cada fortaleza o potencialidad encontrada, con el fin de desarrollarlos turísticamente y atraer visitantes. Mediante el estudio realizado en las parroquias rurales del cantón Santa Rosa, se concluye que estos recursos mayormente cuentan con más debilidades que fortalezas, esto se pudo determinar según los resultados obtenidos con la

metodología aplicada, y la razón de esto es por el desaprovechamiento de los recursos por parte de las respectivas autoridades para desarrollarlos turísticamente.

Por otro lado, estos recursos cuentan con fortalezas que, mediante la correcta gestión por parte de las autoridades a cargo, pueden llegar a desarrollarse en base a la creación de productos turísticos acordes. Se toma como ámbito primordial la sostenibilidad, cuyos recursos naturales pueden ser aprovechados y administrados de la manera correcta, evitando lo más posible su degradación.

Cabe destacar que el trabajo que se debe planificar para estos recursos debe ser muy minucioso, y no realizado tangencialmente, por motivo que una de sus mayores fortalezas es el Estado de conservación e integración del sitio, puesto que son de categoría natural. Por este motivo es muy importante que los GADS (Gobiernos Autónomos Descentralizados) que buscan desarrollar algún tipo de producto turístico, velen por su conservación, realizando un correcto estudio sobre la capacidad de carga para cada recurso. La accesibilidad también es uno de los criterios que se debe mejorar, ya que los recursos, al ubicarse en parroquias rurales, no cuentan con vías óptimas para acceder.

Luego de la recolección de toda la información, y tomando como base cada criterio y las fortalezas de los recursos, el producto turístico que podría desarrollarse en las parroquias rurales del Cantón Santa Rosa debe basarse en el Ecoturismo. Por razón de su estado y recursos naturales, este tipo de turismo es el más apropiado, ya que se pueden realizar actividades recreativas al aire libre, al igual que se da a conocer la importancia que tienen estos recursos para el cantón. Al ser un producto basado en el Ecoturismo se fomenta la conservación, mantenimiento y concientización ambiental de estos espacios naturales.

Como último punto, se recomienda a los GADS dar la importancia que se merece al sector turístico, y no descuidar su planificación, o su desarrollo por medio de proyectos, o iniciativas que fomenten su progreso de manera sustentable, cuyo objetivo es que a largo plazo puedan mejorar la calidad de vida de la población territorial, y ver al turismo como una fuente de ingresos económicos.

Referencias bibliográficas

- Altimiria, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 677-710.
- Bastidas , M., Lazo Serrano , A., & Calle , M. (2017). La Potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *Research Gate*, 1-21.
- Baum, T. (2007). Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change. *Tourism Management*, 28(6), 1383–1399. doi:10.1016/j.tourman.2007.04.005
- Benseny, G. (2009). El turismo como estrategia de desarrollo en territorio litoral. Cuestiones socio-institucionales. *Aportes y Transferencias*, 13(1), 27-66.

- Benur, A., & Bramwell, B. (2015). Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. doi:10.1016/j.tourman.2015.02.005
- Bosch, R., Pujol, L., Serra, J., & Vallespinós, F. (1998). *Turismo y medio Ambiente (Ceura Economía)* (Vol. 1). Madrid España: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México : Editorial Trillas.
- Buckley, R. (2010). *Conservation Tourism*. Oxfordshire UK: CAB International.
- Cárdenas , F. (2004). *Producto turístico. Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Editorial Trillas.
- Crouch, G., & Ritchie, B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 137–152.
- Farazmand, A. (2016). Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance. En M. Velasco, *Tourism Policy* (págs. 1-6). Madrid, España: Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-319-31816-5_2674-1
- Ferrari , G., Montero, J., Mondéjar, J., & Vargas, M. (2013). *Investigaciones, métodos y análisis del turismo* (Primera Edición ed.). España: Septem Ediciones.
- Fundación "la Caixa". (2016). *Comunidadism*. Obtenido de Turismo para el desarrollo Programa de cooperacion Internacional: http://www.comunidadism.es/wp-content/uploads/downloads/2016/06/turismo_para_el_desarrollo.pdf
- GAD Santa Rosa. (2014). *Santarosa.gob.ec*. Obtenido de Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Santa Rosa: http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/canton%20santa%20rosa.pdf
- Gardini, A. (2008). Statistical Analysis of Tourism Destination Competitiveness. *Statistica*, 68, 153-166. doi:10.6092/issn.1973-2201/3527
- Genis, H. (2010). *Evaluación del potencial turístico*. Perú: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana.
- Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez , M. (2016). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad / Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 8(3), 148-153.
- Lopez, T., & Sanchez, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos*, 159-171.

- Maass, F., Nava, G., Osorio, M., & Regil, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos: Parque Nacional Nevado de Toluca - México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 208-226.
- Manhas, P., Manrai, L., & Manrai, A. (2016). Role of Tourist Destination Development in Building its Brand Image:A Conceptual Model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21, 25-29. doi:0.1016/j.jefas.2016.01.001
- Jarrín, M. de L. (2014). Diagnóstico de la potencialidad turística de la parroquia Tumbaco, de la provincia de Pichincha . *Dialnet*, 8 - 31.
- Martinez, L. (2000). *El turismo rural: la tarea del INDAP Documentos de agroturismo*. Argentina, Buenos Aires: Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentación. Programa Nacional de Turismo Rural. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/134922998/El-Turismo-Rural-Chile>
- Middleton, V., & Medlik, S. (2004). *Product Formulation in Tourism. Tourism and Marketing*. Berna: AIEST.
- MINTUR. (2017). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- MINTUR. (2017). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/FichaAtractivos_oct2017.xls
- MINTUR, M. d. (2018). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Manual de Atractivos Turísticos: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Morillo Moreno , M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 135-158.
- Ngwira, C., & Kankhuni, Z. (2018). What Attracts Tourists to a Destination? Is it Attractions? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1-19.
- Nunkoo, R. (2017). Governance and Sustainable Tourism: What is the Role of Trust, Power and Social Capital? *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 277-285. doi:10.1016/j.jdmm.2017.10.003
- Orozco Alvarado, J., Núñez Martínez, P., & Virgen Aguilar, C. (2008). *Desarrollo sostenible y Sustentabilidad social* . Mexico: Miguel Ángel Porrúa.

- Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., & Roldán Ruenes, A. &. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Scielo*, 71-93.
- Rodriguez Torres, F., Vargas Martinez, E., Andrade Vallejo, M., & Bedolla Beserril, J. (2016). Potencial turístico en micro destinos con intervención. *Cultur* , 92-97.
- Solari, A., & Pérez, M. (2005). Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques. *Economía y Sociedad*, 10(18), 49-64.
- Sorupia, E. (2005). Rethinking the Role of Transportation in Tourism. *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 5, 1767 - 1777.
- Soteriades, M. (2012). Tourism Destination Marketing: Approaches Improving Effectiveness and Efficiency. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(2), 107-120. doi:10.1108/17579881211248781
- UTMACH. (2013). *Issu*. Obtenido de Guía Turística Santa Rosa: https://issuu.com/eloroturistico/docs/santa_rosa
- Vengesayi, S., Mavondo, F., & Reisinger, Y. (2009). Tourism Destination Attractiveness: Attractions, Facilities, and People as Predictors. *Tourism Analysis*, 14, 621–636. doi:10.3727/108354209X12597959359211
- Wang, Y., & Pizam, A. (2011). Destination Marketing and Management. Theories and Applications. En G. Fuchs, & A. Pizam, *The Importance of Safety and Security for Tourism Destinations* (págs. 300-313). Oxfordshire UK: CAB International. doi:10.1079/9781845937621.0300
- Więckowski, M., Michniak, D., Bednarek-Szczepańska, M., Chrenka, B., Ira, V., Komornicki, T., . . . Wiśniewski, R. (2014). Road Accessibility to Tourist Destinations of the Polish-Slovak Borderland: 2010-2030 Prediction and Planning. *Geographia Polonica*, 87(1), 5-26. doi:10.7163/GPol.2014.1
- Wright, P., Dunford, B., & Snell, S. (2001). Human Resources and the Resource Based View of the Firm. *Journal of Management*, 27, 701–721. doi:10.1177/014920630102700607